

La influencia de las TIC en los museos de Andorra. Modelos de uso, problemas y retos de su integración.

Cristina Yáñez Aldecoa ¹ Mercè Gisbert Cervera²

¹Universitat d'Andorra, GRIE

²Universitat Rovira i Virgili y Universitat d'Andorra

Resumen: En el estadio actual del conocimiento de los museos resulta estratégico analizar cuál es el nuevo escenario resultante por la irrupción de las TIC y ver hacia dónde apuntan los museos del siglo XXI, tanto desde el punto de vista de la exposición física del proyecto museográfico, como extramuros a través de los canales online. Los museos han entrado en la era del cambio y emergen nuevos patrones de gestión. Este paradigma emergente desencadena en diferentes transformaciones, ligadas tanto a la concepción, como a la propia gestión del museo. Nuestra investigación se desarrolla bajo este nuevo paradigma emergente, y tiene como objetivo analizar el grado de implantación y uso de las TIC en los museos de Andorra, con el objetivo de hacer un diagnóstico de su reputación digital, identificar los factores que determinan el modelo de implantación de las TIC, y así poder desarrollar propuestas de mejora.

Palabras-clave: museos, TIC, evaluación, Andorra

Abstract: *At the present stage of knowledge of the museum is strategically analyze what the new situation resulting from the emergence of ICT and see where XXIst century museums are pointing, both from the physical exposure of the museum's project, as well as the beyond the walls of museums through online channels. Museums have entered into an era of change and new patterns of management are emerging. This emerging paradigm triggers different transformations, linked to both the conception and management of museums. Under this new emerging paradigm, our research is focused on analyzing and evaluating the ICT implementation degree and the use and incorporation of ICT in museums in Andorra, to foreseen challenges ahead. Our research aims to make a diagnosis of the digital reputation of Andorran museums. To identify factors of their implementation model, and therefore develop proposals for improvement.*

Key words: museums, ICT, evaluation, Andorra

Descripción general

La revolución digital está afectando tanto a las instituciones y agentes sociales como a las instituciones museísticas. La introducción de las TIC ha abierto una reflexión sobre la función de los museos. Ante la realidad digital se abren nuevas vías a explorar y se plantean nuevos retos. Los museos del siglo XXI ven ampliadas sus fronteras y su radio acción, lo que obliga a repensar la noción de público, físico o virtual, y revisar la metodología y la práctica museográfica.

| Museo Clásico | Museo – nueva museología | Museo + TIC |
|---|---|--|
| Edificio | Territorio local | Territorio local, global y ciberespacio |
| Colección | Patrimonio (cultural y natural) | Patrimonio material e inmaterial digital, (Unesco, 2003) |
| Disciplinas científicas y prácticas | Desarrollo global, enfoque interdisciplinar | Interdisciplinariedad y desarrollo de redes de comunicaciones y de conocimientos |
| Público | Población de la comunidad Visitantes de la comunidad | (+) Visitantes lejanos, comunidad virtual de internautas |
| Se busca el conocimiento, educación y entretenimiento | Posibilidad de interactuar desde la vertiente creativa | (+) Interacción digital presencial y creativa en red |

Figura 1. Evolución del museo y la museología con la incorporación de las TIC. Resume los cambios que supone la introducción de las TIC en los museos (Fuente: Bascones y Carreras, 2009, 1; Carreras, 2008, fig. 6).

Las nuevas tecnologías plantean una nueva realidad, y han abierto una nueva manera de comunicación entre la institución y el visitante, obligando a los museos a redefinir sus estrategias de comunicación. Pero la realidad es que en lo que se refiere a la incorporación de las nuevas tecnologías, este cambio no es generalizado, y no todos los museos se encuentran en la misma fase de implantación. Será necesario que los museos readapten sus programas tratando de integrar aspectos más innovadores. Ello conlleva un ejercicio necesario de diagnóstico global exhaustivo previo, que refleje fielmente el estado de la situación actual de la implementación de las TIC en el sector museístico y es necesario que evalúen sus resultados.

Objetivos

Nuestra investigación se sitúa dentro de esta necesidad de análisis y diagnóstico. Por ello, esta investigación pretende elaborar un diagnóstico exhaustivo del grado y modo de utilización de las TIC en los museos de Andorra. Pretendemos:

- Analizar la tipología de las tecnologías existentes, los modelos y problemas de implantación así como evidenciar los retos que conlleva.
- Analizar e identificar los procesos asociados a la integración e implementación de las TIC en los museos.
- Metodología para evaluar la integración de las TIC en los museos: tipología, grado y modo.

- El objetivo final: diagnosticar la reputación digital de los museos de Andorra y determinar:
- En qué medida las TIC forman parte de la planificación estratégica de los museos
- Hasta qué punto las TIC pueden ser eficaces para una mejor gestión de la comunicación y dinamización de las instituciones.
- Finalmente elaborar propuestas de mejora

Esta investigación se estructura en tres grandes objetivos específicos. El primero tiene un carácter exploratorio para poder dibujar la realidad de nuestro caso de estudio. Mientras que en el segundo y tercero es donde se producirá el grueso de la recogida y análisis de datos, y donde se encuentra nuestra verdadera aportación al campo de estudio:

| Objetivos específicos | Indicadores | Acciones |
|---|---|---|
| I. Análisis de la situación de los museos de Andorra: quienes son, como están organizados | 1. Analizar la organización y estructura de los museos de Andorra. Cuáles son sus recursos organizativos, humanos, materiales, formativos y tecnológicos. | 1. Elaborar un mapa de la red de museos y espacios patrimoniales. 2. Definir una tipología. 3. Análisis DAFO. Comparar instituciones entre sí. |
| II. Análisis del uso de las TIC en los museos de Andorra | 1. Analizar la importancia de las TIC en los museos | 1. Conocer el grado de presencia y desarrollo de las TIC utilizadas en los museos de Andorra. 2. Dispositivos móviles y fijos en los museos. 3. Identificar diferentes grados de implementación de las TIC. 4. Analizar cuáles son los principales motivos que manifiestan los museos para incorporar las TIC. |
| | 2. Identificar la problemática: factores y mecanismos | 1. Identificar problemas y dificultades derivados de la integración de las TIC. 2. La perspectiva del gestor. 3. Análisis de planes estratégicos per la implantación y gestión de las TIC en los museos de Andorra. |
| | 3. Analizar el diseño y estructura de las webs | 1. Analizar las webs de los museos de Andorra Estadio tecnológico |
| | 4. Identificar los patrones de uso de las webs | 1. Identificar el visitante virtual de los recursos digitales a) Visibilidad de las webs: ver como incorporan la tecnología 2.0 sus estrategias de comunicación. blogs, wikis, podcast, vídeos, redes sociales.... b) Visibilidad en los buscadores principales c) Funcionalidad de las webs de los museos 2. Evaluar el uso que hace onsite y online de las diferentes herramientas TIC en los museos de Andorra: para organizar, difundir y atraer público. |
| III. Análisis del uso de las tic por parte de las audiencias en los museos de Andorra | 1. Diagnósis de la percepción de las TIC por los usuarios | 1. Elaborar un mapa de los dispositivos móviles y fijos en los museos e identificar los diferentes niveles de uso. 2. Percepción de las TIC por parte de los usuarios 3. Percepción de la interactividad. |

*Figura 2. Objetivos específicos, indicadores y acciones principales de la investigación.
(Fuente: elaboración propia).*

Marco teórico. El contexto de la investigación.

La inserción de las tecnologías en el ámbito cultural ha generado una serie de cambios, tanto a nivel de gestión, de acceso a los museos y sus colecciones, de conservación, así como de promoción. Se traza un nuevo camino en el que hay que integrar las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías, y en el que las instituciones culturales deben apostar de manera clara y decidida en favor de la innovación (Alzua-Sorzabal, Abad, & Arretxe, 2006b; Alzua-Sorzabal & Gil, 2006a, 2-4). Esta nueva visión debe responder a una estrategia que persiga un mayor grado de competitividad gracias a la implantación e implementación de las TIC en el sector cultural, vistas en un primer momento como competidoras y ahora entendidas y bienvenidas como aliadas (Hawkey, 2004). Los objetivos de esta investigación se enmarcan inicialmente en el modelo descrito por Asensio y Pol (Asensio & Pol, 2008), como un modelo holístico para analizar la puesta en valor del patrimonio y su impacto. Este modelo nace del trabajo de investigación que han llevado a cabo en la UAM sobre estudios de planificación, evaluación y diferentes tipos de propuestas de intervenciones sobre museos. Para estos autores, el éxito de una intervención patrimonial depende en gran medida de la combinación de tres factores o dimensiones estratégicas determinantes que buscan un rendimiento educativo y comunicativo:



Figura 3. Variables estratégicas para el rendimiento educativo y comunicativo del modelo dimensional del potencial museológico de Asensio y Pol, 2008. (Fuente: elaboración propia).

Con la irrupción de las TIC emergen nuevos patrones de gestión en los museos. Asensio y Pol a partir de los resultados obtenidos en el proyecto de Lazos Azules en que analizaban el uso de las TIC en los museos de España, apuntaban que la tecnología puede y debe jugar un papel central en la promoción y puesta en valor del patrimonio cultural, y a la vez destacan las enormes posibilidades de aplicación que pueden suponer para el aprendizaje en contextos no informales (Asensio & Asenjo, 2010; Asensio, 2010) Es por ello, que dado el valor creciente de las TIC dentro de la sociedad del conocimiento en general y de los museos en particular, proponemos que en las dimensiones definidas por Asensio y Pol, bien podría sumarse una nueva dimensión asociada como sería: la gestión de las TIC (fig. 4).

Su incorporación, cada vez más latente, está cambiando progresivamente los modelos tradicionales de los museos custodios del conocimiento, en favor de museos altamente participativos, donde el visitante es el verdadero protagonista, y al que el conocimiento no le viene dado, sino que puede construirse a medida en función de sus intereses. Se busca una relación entre museos y visitantes, y es aquí donde las herramientas y estrategias TIC encuentran su verdadero protagonismo, y encuentran su sentido como herramientas interpretativas que fomentan esta interacción con el visitante.

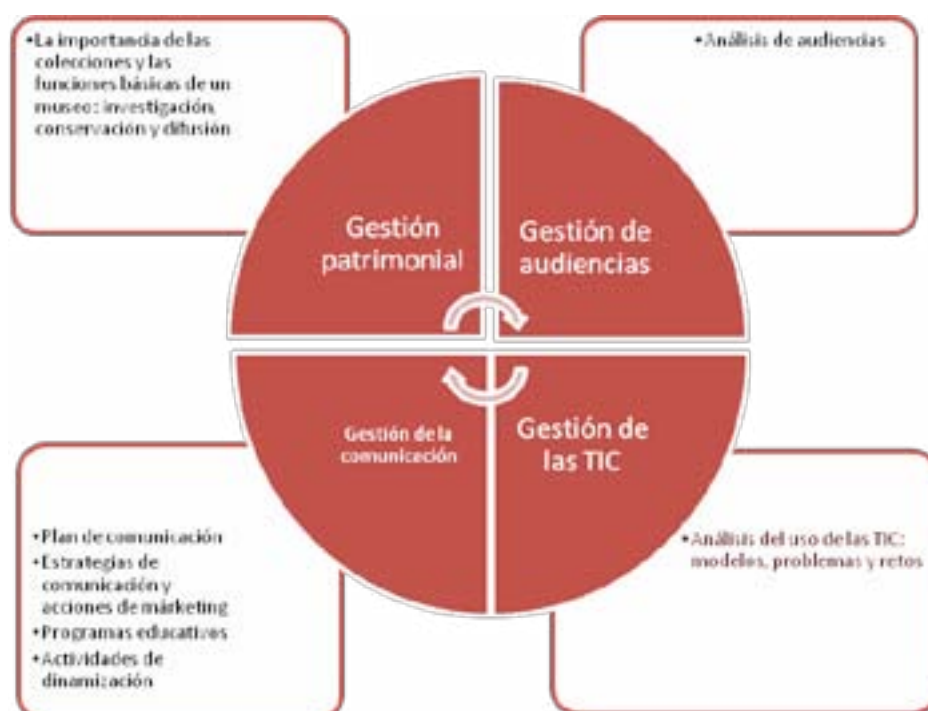


Figura 4. Adaptación a partir del modelo dimensional del potencial museológico ideado por Asensio y Pol 2008, al que hemos añadido una cuarta dimensión: la gestión de las TIC. (Fuente: elaboración propia).

A partir tanto de los objetivos definidos, como de la metodología propuesta vemos que nuestra investigación también se aproxima al modelo de análisis exhaustivo de las Tecnologías de la Sociedad de la Información (TSI) en el sector cultural llevado a cabo por la Universidad de Deusto en Gipuzkoa (Alzua-Sorzaba & Gil, 2006), Y así mismo, al modelo de evaluación de TIC en el patrimonio off-line y online del proyecto ARACNE que tiene como objetivo establecer los criterios de esta metodología de evaluación de las TIC (Carreras, 2008).

El diseño de la investigación

La población: los museos de Andorra

Nuestro estudio se centra en la red de museos de Andorra conformado por un total de 16 museos y 4 centros de interpretación. Quedan excluidos de la muestra de estudio

los monumentos y los itinerarios de verano de cada parroquia (municipio), en tanto que se trata de productos de carácter estacional, no consolidados, que responden a estrategias cambiantes, dejando así de ser representativos en relación a la muestra. Por tanto la muestra del estudio comprende espacios museísticos que abren al público de manera regular, abarcando museos y centros de interpretación, independientemente del tipo de gestión, centrándonos en toda la población de museos de Andorra, al margen de su titularidad, ya sea pública, comunal o privada.

| Museos estatales | Museos comunales | Museos privados |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Casa Museu família d'Areny-Plandolit • Museo Postal • Museo Nacional de l'Automòbil • Museo Casa Rull • Casa de la Vall | <ul style="list-style-type: none"> • Museo de las Dos Ruedas • Museo Casa Cristo • Museo de Arte Sacro Santa Eulàlia de Encamp • CAEE - Centro de Arte • Museo abierto de geología "Rocas en la calle" • Museo del Comic | <ul style="list-style-type: none"> • Museo del Tabaco • Museo del Perfume • Museo de la Electricidad • Museo de la Miniatura • Museo Iconográfico |

| Centros de Interpretación (CI) |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Farga Rossell, Centro de interpretación del hierro • Andorra romànica, Centro de interpretación sobre el románico • Centro de interpretación de la Naturaleza de la Cortinada • Centro de interpretación del agua y Valle del Madriu |

Figura 5. Población objeto del estudio. (Fuente: elaboración propia).

La metodología

Nuestra investigación se enmarca en el paradigma interpretativo, con una metodología cualitativa mayoritariamente y un método descriptivo, entendido como una descripción y análisis en profundidad de nuestro objeto de estudio.

Para la evaluación se utilizarán métodos tradicionales de las ciencias sociales, y utilizaremos básicamente datos cualitativos, y puntualmente datos de naturaleza cuantitativa, que encontraremos especialmente en la fase exploratoria de la investigación para el análisis de las instituciones, así como para el análisis de la integración y el uso de las TIC en los museos de Andorra.

La metodología cualitativa proporciona perspectivas relevantes para la investigación, especialmente en las áreas de ciencias sociales y puede originar grandes oportunidades para aumentar el conocimiento disponible sobre el comportamiento de las organizaciones. Puede además contribuir a la toma de decisiones, implementación y

cambio organizativo. Los métodos cualitativos, son los más deseables para evaluar el proceso comunicativo y el comportamiento de los visitantes (Alzua-Sorzabal, Abad, & Arretxe, 2006). Entre estos se pueden incluir los grupos de discusión, las entrevistas en profundidad y la observación directa. En el caso de nuestra investigación, permitirá analizar la importancia de las TIC en los museos desde el punto de vista de las audiencias.

El diseño de la investigación. Etapas e instrumentos previstos para la recogida de datos

Para la recogida de datos se han previsto los instrumentos siguientes que se someterán al criterio de jueces expertos para su validez y fiabilidad.

- MUSAND: un primer cuestionario que permitirá conocer las organizaciones museísticas de Andorra y depurar las herramientas para la recogida de datos en fases más avanzadas de la investigación.
- MUSATIC: un segundo cuestionario para poder evaluar el grado de implantación de las TIC en los museos andorranos. Este cuestionario refleja los trabajos llevados a cabo por autores como Loran (2005), Asensio (2000), Carrerras y Munilla, (2007), Alzua-Sorzabal y Abad-Arretxe (2006) o Correa (2005), Correa, Ibañez Etxeberria, & Jiménez de Aberasturi (2003) entre otros.
- Análisis de weblogs de las páginas webs de los museos de Andorra, cruzado el análisis del diseño y la estructura de las webs a través de una hoja de registro.
- Entrevistas estructuradas: los resultados del cuestionario se complementarán con entrevistas estructuradas con los responsables de los museos.
- e-MUSEDU: un tercer y último cuestionario que nos permitirá analizar la importancia de las TIC en los museos desde el punto de vista de las audiencias.
- Focus group con responsables y técnicos de los museos

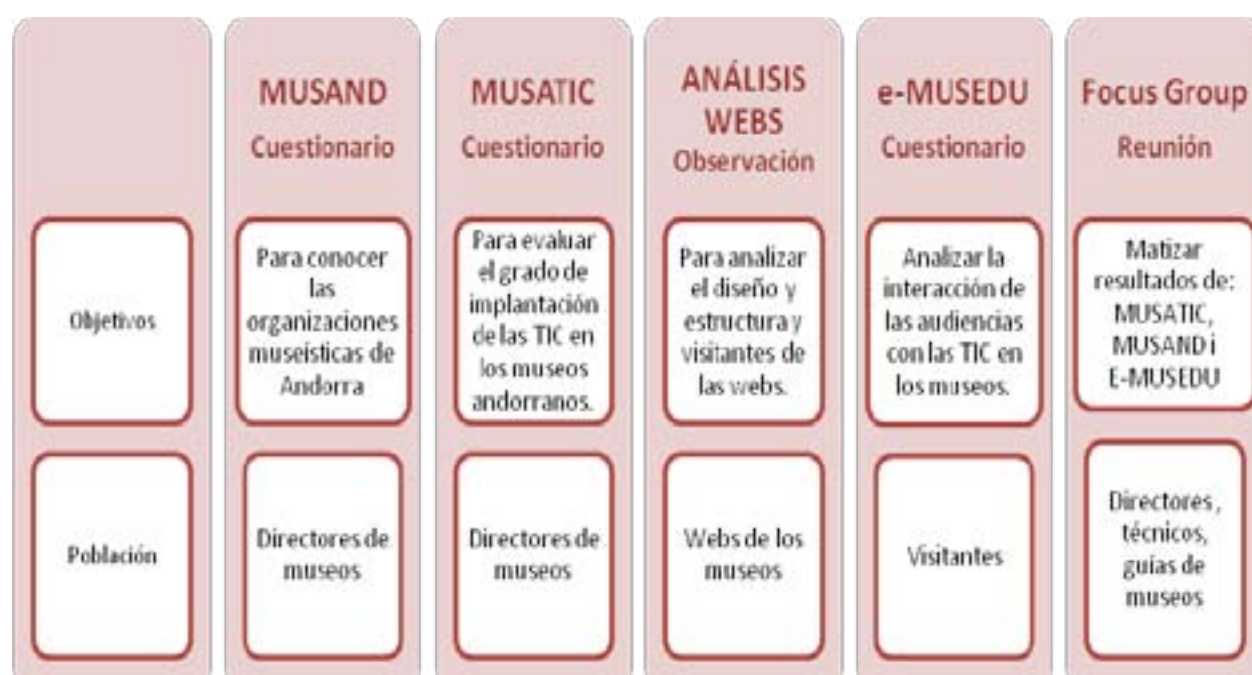


Figura 6. Herramientas principales previstas para la recogida de datos, objetivos y población a la que se administrará. (Fuente: elaboración propia).

Resultados esperados

- A nivel global las conclusiones de este estudio pretenden ser útiles para:
- Obtener una radiografía de la situación real de los museos de Andorra.
- Diagnosticar exhaustivamente el estado de la situación actual de la implementación de las tecnologías en los museos de Andorra.
- Elaborar una metodología y una serie de instrumentos para la recogida de datos.
- Ofrecer elementos que contribuyan a rediseñar algunos de los ejes de las políticas culturales de Andorra.
- Las TIC en las instituciones culturales.
- La educación en patrimonio cultural.

A nivel concreto pueden ofrecer elementos para:

- Diagnosticar la gestión de la reputación digital de los museos de Andorra. Los resultados serán claves para ayudar a encaminar los museos hacia la realidad contemporánea y el nuevo paradigma emergente de los museos del siglo XXI.
- Redefinir su enfoque de las webs para lograr ser museos sociales y participativos.
- Definir una estrategia de comunicación online para cada museo.
- Obtener los elementos comunes para establecer una plataforma de museos

a nivel de país y definir una estrategia conjunta de comunicación que incida en las políticas de turismo cultural.

Finalmente, nuestro trabajo debería poder establecer las bases para el diseño de un futuro del Plan estratégico Nacional para la integración y el desarrollo de las TIC en los museos, siguiendo modelos desarrollados en otros países⁶⁷. A priori podríamos establecer cuatro grandes retos de futuro.

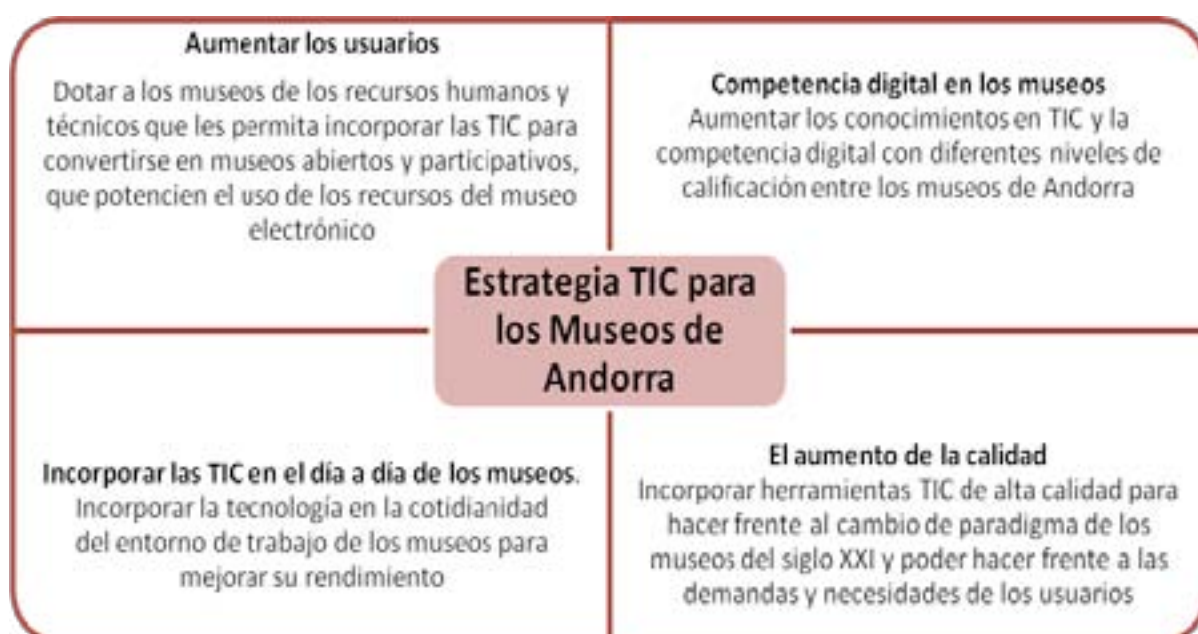


Figura 7. Propuesta de los factores claves que deberían conformar las bases del futuro Plan Estratégico Nacional para la Integración de las TIC en los museos. (Fuente: elaboración propia).

⁶⁷ Destaca la experiencia de los museos de Escocia, SMC Scottish Museum Council, (2004) Edimburgh. <http://www.museumsgalleriesscotland.org.uk/publications/publication/40/a-national-ict-strategy-for-scotlands-museums>.
Plan director de digitalización, Preservación y difusión del Patrimonio cultural Vasco: http://www.kultura.ejgv.euskadi.net/r46-19123/es/contenidos/informacion/keb_publicaciones_mono_cult/es_publicac/pub_10.html

Referencias bibliográficas.

Alzua-Sorzabal, A. y Gil Fuentetaja, I. (2006a). Diagnóstico de la implementación tecnológica en el sector cultural: el caso de las instituciones y operadores culturales de Gipuzkoa. III Congreso Online - Observatorio para la Cibersociedad. Conocimiento Abierto, Sociedad Libre, www.cibersociedad.net/congres20006/ (consultado julio 2011).

Alzua-Sorzabal, A., & Gil-Fuentetaja, I. (2006b). Issues on the use of technologies in cultural institutions and cultural policy: An approach from the basque country. Fourth International Conference on Cultural Policy Research - ICCPR, Wien.

Alzua-Sorzabal, A., Abad, M., & Arretxea, L. (2006). Evaluación del impacto de las nuevas tecnologías en el visitante del museo: el caso de la Virtual Showcase. Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs), Arte y Patrimonio Cultural. Aplicaciones, Desarrollo Local y Aprendizaje Informal, Primer Seminario Internacional, Donostia-San Sebastián. 250-264.

Asensio, M. (2000). Estudios de público y evaluación de exposiciones como metodología de la planificación museológica: el caso del Museu Marítim de Barcelona. Museo, (5), 73-104.

Asensio, M. (2001). El marco teórico del aprendizaje informal. Íber: Didáctica De Las Ciencias Sociales, Geografía e Historia, (27), 17-40.

Asensio, M. (2010). Panorama actual en museos y web 2.0. Message posted to Museos, redes sociales y tecnología 2.0., http://www.bak.ehu.es/p255-content/es/contenidos/informacion/10_bak_programas/es_artes/museos_redes.html

Asensio, M., & Pol, E. (2008). Conversaciones sobre el aprendizaje informal en museos y el patrimonio. Turismo, Patrimonio y Educación. Los museos como laboratorios de conocimientos y emociones (Heredina Fernández Betancort ed., pp. 20-60). Lanzarote: Escuela Universitaria de Turismo de Lanzarote. Retrieved from www.pasosonline.org

Asensio, M., & Asenjo, E. (2010). Lazos de luz azul: del controvertido uso de las TICS en museos. Actas do I Seminário de Investigação em Museologia dos Países de Língua Portuguesa e Espanhola, Porto. , 3 88-98.

Bascones, P., & Carreras, C. (2009). Museos digitales de la memòria: El portal web del MHIC (Museu d'història de l'immigració a Catalunya). In Carreras, C. (coord.) Evaluación TIC en el patrimonio cultural: metodologías y estudios de caso. ColecciónAcción Cultura, EDIUOC, Barcelona, pp.87-120.

Bascones, P., & Carreras, C. (2009). Unas breves consideraciones sobre los museos ante el reto digital., 2 de juny del 2011, from <http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/unas-breves-consideraciones-sobre-los-museos-ante-el-reto-digital/958/>

Carreras, C. (2008). Diagnòsis sobre l'estat de l'aplicació de les TIC al món del patrimoni a Espanya. In M.L.Bellido (Dir.) Difusión Del Patrimonio Cultural y Nuevas Tecnologías. UNIA, Sevilla, pp.88-101.

Carreras, C. (coord.) (2009). Evaluación TIC en el patrimonio cultural: Metodologías y estudios de casos. Barcelona: Col·lecció Acció Cultura, UOC.

Carreras, C., & Munilla, G. (2002). El patrimonio digital. Barcelona: UOC-Universitat Oberta de Catalunya.

Carreras, C., & Munilla, G. (2007). Evaluación. Estudio de público, museos y cibermuseografía. In Patrimonio digital (pp. 117-142). Barcelona: UOC.

Correa, J. M. (2008). Museos y tecnología: más que objetos y visitas virtuales. Comunicación y Pedagogía (Nuevas tecnologías y sociedad), 231-232, 48-52.

Correa, J.M., & Ibáñez Etxeberria, A. (2005). Museos, tecnología e innovación educativa: Aprendizaje de patrimonio y arqueología en territorio Menosca. Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación, 3(1), Gener 2011.

Hawkey, R. (2006). Learning with digital technologies in museums, science centres and galleries. King's College, London: Futurelab series, Report 9.

Loran, M. (2005). Use of websites to increase access and develop audiences in museums: Experiences in British national museums. ICT and Heritage"[Online Dossier]. in: Digithum, 7, 24-28.